

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
А.С. Огрин



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Оценка эффективности маркетинговых кампаний»**

Направление подготовки **54.03.01 «Дизайн»**

Профиль **«Графический дизайн»**

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

Место дисциплины в учебном плане	Учебная дисциплина «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов специальные знания, навыки, умения, связанные с подготовкой и организацией проведения качественных маркетингового анализа, необходимого для создания своей эффективной маркетинговой кампании в будущем.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОК-5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-7 – способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, предоставлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий;</p> <p>ПК-2 – способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы рекламы; • различия рекламы в России и за рубежом; • тактику разработки рекламных кампаний; • основы экономики; • основные направления использования маркетинга в России и за рубежом; • основы работы с информационными технологиями. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать навыки обработки и подготовки данных для анализа; • осуществлять рекламу для повышения профессионального уровня специалистов организации; • ориентироваться в коммуникационных приёмах маркетинговой деятельности; • проводить анализ взаимодействия рекламы и общества;

	<ul style="list-style-type: none"> • определять цель и задачи рекламных кампаний; • выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании; • анализировать формирование спроса на основе экономических знаний; • решать дизайнерские задачи для маркетинга. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методиками оценки эффективности рекламной деятельности маркетинговой команды; • навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности; • методиками оценки эффективности рекламных кампаний.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Что такое аналитика и её функции</p> <p>Тема 2. Виды аналитики и их назначение</p> <p>Тема 3. Принципиальная схема проведения исследования</p> <p>Тема 4. Работа с массивами данных</p> <p>Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи</p>
Форма итогового контроля знаний	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме итоговой письменной работы.</p>